

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
E. Pembatasan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Pemasaran	12
2. Perilaku Konsumen	15
3. <i>E-Commerce</i>	18

4. <i>Peer Group</i>	20
5. Persepsi Harga.....	24
6. Kemudahan Akses.....	27
7. Minat Beli	29
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Konseptual dan Tinjauan Hipotesis.....	34
1. Hubungan <i>Peer Group</i> Terhadap Minat Beli.....	34
2. Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	34
3. Hubungan Kemudahan Akses Terhadap Minat Beli.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian.....	37
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	38
1) Definisi Variabel	38
2) Operasionalisasi Variabel.....	39
D. Skala Pengukuran.....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	43
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Jenis Data Penelitian	45
H. Metode Analisis Data.....	45
1. Structural Equation Modeling (SEM).....	45

2. Tahap-tahap dalam SEM.....	47
3. Uji Validitas	52
4. Uji Reliabilitas	53
5. Uji Hipotesis	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	56
B. Karakteristik Responden	56
1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	57
3. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	58
4. Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan	60
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
C. Analisis Deskriptif Variabel	63
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	69
1. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Peer Group</i>	70
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga	73
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kemudahan Akses	76
4. Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli	79
E. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	81
F. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	87
G. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	89
H. Analisis Hasil Penelitian	91
1. Analisis Variabel <i>Peer Group</i> terhadap Minat Beli.....	91
2. Analisis Variabel Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	92
3. Analisis Variabel Kemudahan Akses terhadap Minat Beli.....	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100

